

Capítulo 1.

Estructura y características de la cadena productiva de marroquinería

1.1. Definición genérica de la cadena productiva

El negocio marroquero debe verse en su totalidad, es decir, considerando la cadena de valor se destacan cuatro bloques importantes: los insumos primarios, la proveeduría, el diseño y el desarrollo del producto asociados en la manufactura y la comercialización.

Insumos primarios y proveeduría

El mapa general de la cadena de valor que hace algunos años contaba con un soporte importante de proveeduría en las empresas curtidoras, hoy aparece con un proceso de manufactura que se abastece de distinto tipo de materiales que tienen procedencias diversas. En efecto, han aparecido nuevos materiales para la aplicación en el sector, como laminados sintéticos o textiles, que vienen forzando el desplazamiento de los productos en cuero natural a nichos especializados y con una capacidad de compra mayor, dado que estos nuevos materiales ofrecen una mayor regularidad, estándares dimensionales de color y texturas y estructura de mejor aprovechamiento industrial.

La cadena de valor de la marroquinería se alimenta principalmente para su proveeduría de varios elementos importantes como son: **materias primas** (cuero, materiales sintéticos y textiles), **insumos** (adhesivos, aprestos y accesorios como cremalleras, hilos y herrajes, entre otros) y **maquinaria y tecnologías de proceso** (máquinas para la manufactura y herramientas especializadas).

A pesar de haber sido desplazado el cuero como materia prima principal para la fabricación de productos de marroquinería, la industria ganadera es uno de los puntos de entrada o alimentación más importante para la cadena de valor. En el mundo, algunos países cuentan con una estructura productiva suficiente como para considerar el cultivo de pieles como garantía de mayores niveles de aprovechamiento del material e incluso pensar en la especialización en tipos de pieles para diferentes usos. El aprovechamiento de pieles en Colombia es, como en la mayoría de países, el resultado del cultivo de animales para carne, cría o leche; esto quiere decir que para el ganadero la piel del animal no es un subproducto, lo cual genera pieles en estados no óptimos de aprovechamiento industrial.

El proceso de manufactura de productos de marroquinería se desarrolla en los siguientes pasos:

- Requisición de compras.
- Almacenamiento de materias primas e insumos.
- Almacenamiento de troqueles y moldes de corte.

- Corte.
- Prearmado.
- Armado.
- Confección o costura.
- Terminación.
- Clasificación.
- Empaque.
- Almacenamiento del producto terminado.
- Despacho.

La manufactura marroquinera involucra el **diseño** y el **desarrollo del producto** como una etapa directamente ligada a la manufactura, pero necesariamente independiente del proceso como tal. Es un proceso de apropiación de información, conceptualización, materialización y preparación para la industrialización de los productos. Las tendencias de la moda, las publicaciones y los eventos relacionados con el sector marroquinero inciden directamente en la industria y en el consumidor final. De ahí la necesidad de contar con el apoyo de nuevas tecnologías para informar oportunamente a todas aquellas empresas e instituciones relacionadas con el sector marroquinero nacional e internacional.

En términos generales, el modelo de aplicación de herramientas de diseño para el sector marroquinero se realiza en cuatro fases importantes:

1. **Concepto.** Considerado como el proceso de estructuración conceptual del producto, la definición de estrategias del producto y sus características fundamentales conforme el mercado al cual va dirigido.
2. **Styling.** Es la definición formal estética del producto, la etapa del boceto, la definición de colores, perfiles y texturas del nuevo producto o la nueva colección.
3. **Modelaje.** Es un componente técnico de mucha importancia en el proceso de desarrollo del producto, pues define los patrones o los moldes para el corte y la posterior manufactura del producto.
4. **Definición de especificaciones técnicas.** En esta etapa o fase se definen las características y los factores para la industrialización o la aplicación industrial del producto, así como los consumos, las características de los procesos específicos, los materiales, los insumos y los tipos de acabados.

El diseño y el desarrollo del producto cuentan con dos aspectos importantes: las casas de moda y el consumidor.

1. **Principales casas de moda.** Se consideran como un factor de alta sensibilidad en la dirección de la cadena en la medida en que marcan las pautas y las influencias que deben seguir no sólo los fabricantes de marroquinería, sino también toda la proveeduría. La información de las tendencias generadas en las principales casas de moda la conocen los diseñadores por visitas a las ferias, las pasarelas de moda, a través de revistas especializadas y otros medios masivos de comunicación y por el trabajo realizado por entidades especializadas en la investigación, la concertación y la difusión de la moda en Colombia, como el caso de Inexmoda para la cadena textil-confección o el taller conceptos de moda de Acicam-Ceinnova para la cadena del cuero, el calzado y la marroquinería.

2. **Consumidor.** El comportamiento del consumidor constituye una línea de entrada importante para la generación y la manufactura de la oferta. Teniendo en cuenta las características étnicas, geográficas, económicas, así como la capacidad propia del mercado de asimilar las tendencias y los conceptos de la moda, los diseñadores pueden especializar la oferta de productos con valores y elementos de diferenciación para un mayor aprovechamiento e impacto en el mercado.

Comercialización

Con toda esta evolución se pueden identificar cambios en el panorama mundial, como es el caso de Italia, país que tradicionalmente había tenido una importante presencia con productos diseñados, manufacturados y comercializados desde su propio país con tecnologías propias, ahora estos mismos productos se diseñan en Italia, se manufacturan en países de Oriente o del antiguo bloque soviético con tecnologías italianas y se comercializan mundialmente empleando marcas italianas.

La oferta mundial de productos de marroquinería se puede dividir en dos grandes bloques: un bloque de altos volúmenes y precios bajos y otro bloque de oferta especializada altamente diferenciada, tanto por componentes como por manufactura y perfiles de producto.

El gráfico No. 1 muestra en su totalidad la cadena de valor para marroquinería considerando los macroprocesos explicados anteriormente, sin embargo, por las características de los productos finales, es conveniente realizar una definición inicial, que considera como marroquinería los productos de las siguientes líneas:

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| ■ Viaje. | Gran marroquinería. |
| ■ Papeleras y bolsos. | Mediana marroquinería. |
| ■ Billeteras y accesorios. | Pequeña marroquinería. |

Y, en algunos casos, se considera como marroquinería la siguiente línea:

- Prendas de vestir en cuero.

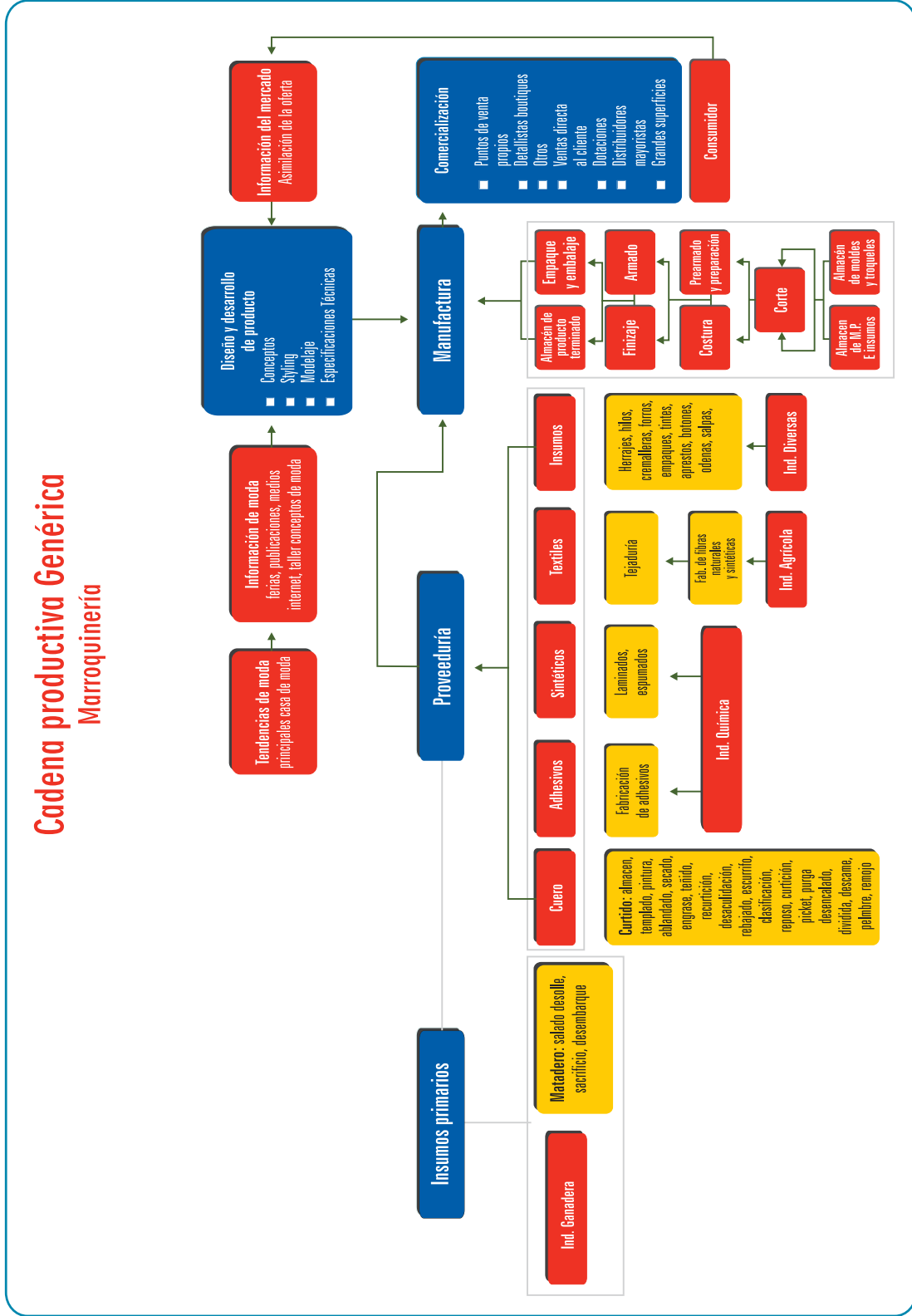
Para efectos del balance tecnológico se tendrá en cuenta la pequeña y mediana marroquinería.

La clasificación internacional industrial uniforme Ciiu para la cadena productiva de marroquinería es:

- 193100: fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería.
- 193102: fabricación de carteras.
- 193103: fabricación de maletas, maletines, neceseres y bolsos de equipaje.
- 193105: fabricación de artículos de marroquinería como billeteras, llaveros, etc.

A continuación se explican cada uno de los macroprocesos de la cadena de valor:

Gráfico 1. Cadena productiva genérica de marroquinería



Fuente: Juan Diego Cardona, Diseñador Industrial CEINNOVA